

études  
rurales

Études rurales

180 | 2007

Cafés et caféiers

---

## Cafés et caféiers

Matières, itinéraires et imaginaires de la mondialisation

Bernard Charlery de La Masselière

---



### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/etudesrurales/5922>

ISSN : 1777-537X

### Éditeur

Éditions de l'EHESS

### Édition imprimée

Date de publication : 30 novembre 2007

Pagination : 9-14

### Référence électronique

Bernard Charlery de La Masselière, « Cafés et caféiers », *Études rurales* [En ligne], 180 | 2007, mis en ligne le 21 mai 2008, consulté le 03 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/etudesrurales/5922>

---

Ce document a été généré automatiquement le 3 mai 2019.

© Tous droits réservés

---

# Cafés et caféiers

Matières, itinéraires et imaginaires de la mondialisation

Bernard Charlery de La Masselière

---

- 1 AU DÉBUT DE L'ANNÉE 2007, le café se vend bien. Pour preuve, la satisfaction qu'affichent les grands planteurs<sup>1</sup>.
- 2 À São Paulo, les cafés branchés, qui, au départ, étaient concentrés sur la seule avenue Paulista, sont aujourd'hui présents dans tous les quartiers. Toutes les grandes villes brésiliennes ont suivi ce mouvement de diffusion dans les années 1980. On y consomme désormais des cafés de toutes origines, et les machines Nespresso ne cessent de se multiplier. L'université du café, créée à Trieste en 2000 par le célèbre torréfacteur Illy, s'est implantée peu après à São Paulo : elle propose, aux experts et aux techniciens agricoles, des cours tant sur la culture que sur la torréfaction, l'économie ou le marketing.
- 3 En Chine, le café, assimilé à une boisson moderne, est de plus en plus prisé par les jeunes. Aussi sa consommation s'accroît-elle de 15 % par an depuis le début des années 2000<sup>2</sup>.
- 4 En Afrique de l'Est, certains commentateurs se prennent à rêver à un retour aux grandes années de production. On parle de « vente directe aux consommateurs », de « marchés de spécialité », de « qualité » ; on parle aussi du conflit entre l'Américain Starbucks et le gouvernement éthiopien, conflit ayant trait à l'usage des appellations Harar et Sidamo, bref, d'une effervescence du business, avec tous les aléas que cela comporte. La foire annuelle organisée par l'East African Finest Coffee Association connaît un succès croissant. À Nairobi, les cafés-bars-restaurants, tenus par les deux principaux torréfacteurs que sont Java House et Dormans, sont de plus en plus nombreux et on peut, enfin, boire un bon café en ville. De nouveaux opérateurs, profitant de l'ouverture du marché, apparaissent sur les rayons des supermarchés.
- 5 Et pourtant, au milieu de l'année 2007, les commentateurs se font plus pessimistes. La production, celle du secteur paysan en particulier, stagne ou augmente de quelques centaines de tonnes sans atteindre les records du début des années 1990. Dans les campagnes, la morosité gagne le petit producteur, plus que jamais « hungry of cash » ; les jeunes se détournent du caféier, auquel ils ont d'ailleurs difficilement accès ; les plus

vieux espèrent toujours... Mais on sent bien que c'est dans l'imaginaire que le territoire du café conserve son caractère le plus marqué, en contradiction avec le réel : le désarroi d'une paysannerie « dans la tourmente » est d'autant plus cruel que ce qui était, autrefois, annonciateur de beaux jours – la hausse des prix mondiaux – est, aujourd'hui, sans répercussions positives sur la vie quotidienne des populations.

- 6 Pour les consommateurs, c'est-à-dire ceux du Nord principalement, le café, c'est un lieu, populaire ou prestigieux ; c'est aussi le « petit noir » dont, du comptoir, on surveille le cours ; ou encore un produit qui ponctue les heures du jour et de la nuit. Pour certains, moins nombreux, c'est une matière première qui fait l'objet d'un marché, donc d'une discussion sur le prix, limitant souvent le rapport entre le producteur et le produit à une simple relation pécuniaire.
- 7 À part quelques rares connaisseurs, peu de consommateurs rattachent le goût de leur café à un terroir, à des paysages et des savoir-faire, encore moins aux servitudes de la production. Les références sont plus artificielles et renvoient, par-delà l'attachement à une marque précise, à l'imaginaire, plus ou moins confus, du stress, du désir, ou de la convivialité. L'histoire des établissements de café montre que, de façon très ancienne, le café a été un médium des relations sociales, lieu et source de contestations, de débats ou tout simplement de rencontres, chacun se mettant en scène et défendant son code de l'honneur.
- 8 Le café est un produit agricole de base, le premier même dans la hiérarchie du commerce international. En tant que « matière première », il est doté d'une fonction et d'un statut dont on peut élargir le sens au-delà de son acception usuelle dans le champ limité de la transformation industrielle : il est « matière » que l'homme, du producteur au consommateur, investit et réinvestit de travail, d'organisation, de sociabilité, de projets, d'imaginaire ou de pouvoir, et à travers laquelle l'homme définit son rapport à la nature et à ses environnements en les transformant en ressources.
- 9 Production et consommation : deux mondes coexistent, s'ignorant souvent l'un l'autre, deux « économies-monde » rattachées par les discontinuités de la filière. Fruit des tropiques, or vert de l'échange international, objet culturel, vecteur des relations sociales : on peut dire que le café est un produit « total » au sein du système capitaliste, dont il a accompagné l'histoire à travers ses différents « moments », à la fois périodes et combinaisons dynamiques, ou résultantes éphémères, de forces changeantes. Le rôle que joue le café dans l'économie mondiale prend tout son sens au sein de l'évolution d'un système global complexe, où les exigences écologiques de la plante, les aptitudes bioclimatiques et pédologiques des milieux tropicaux interfèrent non seulement avec les conditions historiques du marché mondial, mais aussi avec la formation et la transformation des sociétés paysannes ouvertes à l'innovation, et avec la construction, destruction et reconstitution des pouvoirs, en particulier ceux de l'État moderne.
- 10 Sans prétendre à l'exhaustivité, les articles rassemblés dans ce numéro se placent résolument du point de vue de la production. Ils nous présentent les caractéristiques des caféiers et les lieux communs qui leur sont associés ; ils évoquent leur diffusion à l'échelle de la planète. Ils déploient les plis et replis du domaine plus restreint ou plus domestique de la production et de ses répercussions sur les sociétés locales, s'attardent sur le jeu et les enjeux de pouvoir, appréhendent les marchés à trois échelles géographiques – du global au local, en passant par le régional – avant d'ouvrir la porte des établissements où le produit, après un long parcours rural, semble enfin acquérir les attributs de l'urbanité.

- 11 Par-delà la diversité des thèmes et des lieux abordés dans cet ouvrage, la cohésion du projet éditorial se lit dans le processus de territorialisation qui a accompagné la diffusion de la caféiculture, en tant que moment d'une histoire des sociétés locales et des États, et en tant que composante géographique d'un certain modèle de développement.
- 12 Les caféiers marquent le paysage de leur empreinte. Ils sont le produit, à un moment donné, d'un certain rapport à la nature et d'un mode particulier de gestion des ressources. Ils créent un écosystème spécifique, combinant des éléments naturels (sols, pluviométrie, température, exposition) avec des éléments culturels et techniques (savoir-faire), entretenus, transformés et valorisés comme ressources dans le cadre des systèmes de production. Cette confrontation entre « milieu » et « société » prend corps dans le paysage, lequel reflète la façon dont le producteur organise l'espace, fixe les territoires, domestique les flux, attribue aux lieux fonction et vocation.
- 13 Outre la spécificité des environnements physiques, la stricte intertropicalité du produit est à considérer du point de vue de l'histoire du développement qui s'est construite, sur le long terme, dans l'espace qui sépare les aires de production des marchés de consommation, espace investi par les capitaux marchands et lieu de réalisation des bénéfices. Marché donc, depuis longtemps international, où l'allongement des chaînes tendues entre production et consommation – à savoir la filière – permet de s'affranchir en partie des règles locales pour définir un « système caféier » inégalitaire qui répercute aux lieux mêmes de production les changements de l'économie mondiale et la façon dont celle-ci exploite et alloue les ressources de base. C'est ainsi que d'une économie de grandes et moyennes plantations exploitant la force de travail locale sous diverses formes (esclavagiste ou salariée) on a vu se généraliser, hors du Brésil, une petite production au sein de laquelle la valorisation sociale et symbolique du statut du planteur renforce le lien entre identité et territoire, malgré les crises qui ont secoué l'histoire de la production.
- 14 La caféiculture est un vecteur des dynamiques et des identités socioculturelles. L'engagement des agriculteurs dans l'effort permanent qu'exigent les soubresauts de la caféiculture ne peut se comprendre que si l'on admet leur capacité à modifier leurs modes de production sur la longue durée, alors que les éléments qui font changer ces modes de production ne sont, eux, souvent, que de courte durée. Ces différences de rythme sont importantes.
- 15 Beaucoup plus qu'un simple moyen de gagner de l'argent, le mouvement d'introduction et de développement de la caféiculture peut être considéré comme une véritable innovation, voire un fait de civilisation inscrit sur la durée et dont on peut repérer les moments et les lieux de l'intégration. La caféiculture prend toute sa dimension – en termes d'innovation – non pas dans les procédures techniques ou commerciales, particulières et sectorielles, qui déterminent le fonctionnement de la filière, mais dans le rôle que ces cultures jouent dans le changement social, au sens large. On peut parler d'« invention » d'une paysannerie, qui serait définie par au moins trois de ses capacités : sa capacité à mettre en valeur la terre, sa capacité à investir l'espace des codes du pouvoir (de l'État), et sa capacité à adapter ses pratiques culturelles aux évolutions du marché mondial. On constatera que cette paysannerie trouve les moyens de détourner les logiques du système mondial du café dans sa sphère locale, domestique ou régionale. L'incertitude au niveau de la production vient de cette sorte d'indépendance paradoxale que conserve le petit producteur dans la définition de ses propres trajectoires.

- 16 Cependant les fluctuations incertaines des cours mondiaux, d'un côté, et les multiples blocages internes, de l'autre, placent, dans les zones historiques, le secteur de la production, et celui de la petite production en particulier, dans un contexte de « crise » dans la mesure où le producteur, tout en connaissant une baisse substantielle de ses revenus, a perdu une partie des repères qui identifiaient son mode d'insertion dans la filière. Les enjeux et les conséquences débordent largement le cadre du secteur « café » pour engager d'importantes mutations environnementales et sociales, au sens large, qui touchent notamment la sphère locale dans son rapport aux autres échelles géographiques : nouvelles « écritures » paysagères, rééquilibres politiques, inquiétudes identitaires, redéfinition du statut des producteurs, réorganisation des règles d'accès aux ressources, etc.
- 17 Pour quantité de producteurs, le terroir n'est plus, depuis longtemps, le seul horizon d'activité. La dynamique économique et sociale du modèle paysan introduit une contradiction entre fixation territoriale et mobilité, contradiction qui caractérise la relation que les petits planteurs entretiennent avec l'espace. D'une part, les solidarités traditionnelles ainsi que le positionnement de ces petits planteurs dans des hiérarchies et des fonctions, héritées de modèles anciens, cloisonnent ceux-ci dans un réseau local de contraintes, peu propices à l'innovation. D'autre part, le contexte de crise et de précarité requiert, de la part de ces mêmes planteurs, une certaine dose d'innovation afin de produire de nouvelles combinaisons favorables au changement social. D'un point de vue spatial, cette contradiction se retrouve dans la multiplicité des lieux et des activités que les individus investissent, excepté là où le pouvoir politique maintient une ségrégation et un encadrement strict et localisé des populations. De plus en plus, avec la chute des cours du café qui les oblige à trouver d'autres sources de revenus, les producteurs sont amenés à désertir leurs terroirs et leurs exploitations. Les espaces de production se redéfinissent aujourd'hui à la croisée de multiples trajectoires, dont l'amplitude spatiale, mais aussi sociale, transgresse les échelles géographiques des formes traditionnelles de cette activité.
- 18 La caféiculture sert de support à la légitimation de hiérarchies institutionnalisées ou de formes instituées de division du travail, à travers l'organisation de la filière, et ce de la production à la commercialisation. En ce sens le café participe directement à la construction d'un territoire national, intégrateur des espaces locaux et ouvert sur l'international. Cette construction marque un certain degré d'institutionnalisation du pouvoir, qui n'est pas partout identique. Le rapport à l'État s'impose comme une constante historique mais aussi comme une des conditions de la définition des sociétés paysannes elles-mêmes. Réseaux et territoires se présentent comme un ensemble où circule le pouvoir ; un pouvoir qui n'est pas définitivement acquis mais sans cesse renégocié à travers des relations dissymétriques.
- 19 Dans un contexte de crise des appareils, réseaux et territoires peuvent favoriser ou, au contraire, parasiter la nécessaire réorganisation des filières. Pendant longtemps celles-ci ont été dominées par l'intervention des États des pays producteurs. Les programmes d'ajustement ont considérablement réduit leur influence, les nouvelles politiques libérales ayant pour objectif d'éliminer les obstacles au libre jeu de l'offre et de la demande, obstacles économiques, institutionnels et organisationnels. Ce contexte modifie l'approche des filières, qui a longtemps été menée à une échelle moyenne : celle des États. La question même des prix était largement subordonnée à la capacité du système institutionnel monopolistique à développer la production, à rationaliser la

transformation et la commercialisation du produit, et à réduire les coûts d'information et de transaction des agents économiques. Autour des filières s'était élaborée une conception nationale de la production, régulée à l'échelle internationale par des accords entre pays producteurs et pays consommateurs.

- 20 Aujourd'hui, la globalisation bouleverse le rapport entre les territoires parce que l'intégration et la concurrence s'effectuent en priorité à l'échelle mondiale. Comme le développement capitaliste s'appuie sur la flexibilité et la mobilité du travail, il suppose une certaine flexibilité des territoires. Cette flexibilité est rendue nécessaire dans la mesure où toute activité nécessite un ancrage territorial plus ou moins prononcé, et plus prononcé en l'occurrence dans le cas des activités agricoles. L'accumulation et le profit à l'échelle mondiale se fondent sur la séparation des espaces suivant leur niveau de compétitivité, qui correspond à leur capacité à jouer un rôle spécifique dans le système mondial. Comme le travail a dû être « libéré » de toute entrave à sa mobilité, la flexibilisation territoriale repose sur l'élimination progressive des mécanismes de contrôle et d'organisation du territoire. Les politiques de décentralisation et de libéralisation des filières ont ainsi apparemment appelé une revalorisation des forces locales aptes à engager les territoires régionaux, libérés, dans cette nouvelle configuration, du poids du contrôle de l'État. La fragmentation consiste donc à attribuer à chaque unité territoriale un poids spécifique, non subordonné à celui des autres territoires, c'est-à-dire un rôle et un éventail d'activités définis en fonction de l'économie mondiale.
- 21 Les territoires du café – le café étant d'abord une culture d'exportation – ont bien un rapport avec ce niveau d'intégration mondiale. L'enjeu est bien ici entre exclusion et intégration. On se situe donc à la croisée de la revalorisation ou de la revitalisation des caractéristiques fondamentales d'espaces spécifiques, d'une part, et, d'autre part, de la création de réseaux (d'information, de circulation des techniques, de commercialisation) qui transgressent les limites de ces espaces spécifiques. La revalorisation de l'échelle locale met en jeu des facteurs non économiques en ce qu'elle est le lieu où se définissent des relations économiques, sociales, culturelles et politiques qui ne s'inscrivent pas forcément dans la sphère du marché. L'échelle locale a par conséquent une certaine autonomie par rapport au marché, mais les modes de relation qui s'y établissent déterminent sa capacité ou non à participer au nouveau développement.
- 22 Une des questions principales qui se posent ici concerne la capacité (sociale, économique et culturelle) des petits producteurs à entrer dans les processus dynamiques qui animent les changements de la filière, à partir de la valorisation de la qualité et de l'origine du produit. La valeur ajoutée vient des mélanges et de la torréfaction, voire des nouvelles techniques de la « tasse » (capsules, machines à expresso), qui affectent le prix de détail et qui demandent une bonne connaissance, à la fois des goûts de la clientèle et des systèmes de distribution. On sait que ce sont essentiellement les intermédiaires – et en particulier les grands opérateurs – qui raflent la mise. Certains pays producteurs ou groupements de producteurs cherchent à se positionner sur ces créneaux rémunérateurs mais qui comportent de nombreuses barrières d'entrée. Le Brésil mis à part, les autres producteurs n'ont souvent pas la surface de production suffisante pour jouer un rôle significatif, même s'ils tentent, comme au Kenya, d'orienter leur politique dans ce sens.
- 23 Si l'on en croit Jeremy Rifkin, dans la nouvelle culture du capitalisme, qui est une « économie de l'accès », le succès dépend des relations commerciales à long terme. Dans ce contexte, la difficulté pour les producteurs vient du fait que, par ailleurs, la

compétition et la « durabilité » de l'échange ne jouent pas prioritairement sur les attributs intrinsèques de tel ou tel café, même si ces derniers restent une condition nécessaire, mais sur des caractères extrinsèques, plus culturels que matériels : un consommateur « achètera » ainsi une bonne conscience « équitable », de l'exotisme prestigieux (cafés du Kilimandjaro), de la solidarité (cafés de petits producteurs), de la santé (cafés biologiques), etc. Il suffit de faire l'inventaire des arguments de vente figurant sur les paquets de café ou sur les sites internet pour se rendre compte qu'il n'y a jamais de référence à une qualité objective : ce sont plutôt des ressources culturelles qui sont mises en avant et offertes à la consommation marchande, non pas par les producteurs mais par les intermédiaires.

- 24 Tel est le cadre général et complexe dans lequel il faut penser l'avenir de la caféiculture. La difficulté réside dans ce que les situations locales sont « improbables » et ne relèvent pas d'un modèle unique.

---

## NOTES

1. L'auteur tient à remercier Pernet Grandjean pour sa relecture attentive de ce texte.
2. Données du Coffee Festival China, mai 2007.

---

## AUTEUR

**BERNARD CHARLERY DE LA MASSELIÈRE**

Géographe, professeur à l'Université Toulouse-II Le Mirail.